

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVIII
Tabellenverzeichnis	XX
Teil I	
Einleitung	1
1. Problemstellung und Untersuchungsgegenstand	1
2. Inhalt und Aufbau	3
Teil II	
Systematisierung der Charakteristika kartengebundener Zahlungssysteme	6
1. Begriff und Wesen	6
2. Klassifizierung der Karten	10
2.1. Unterscheidung nach den Einsatzbereichen	10
2.1.1. Universalkarten	11
2.1.2. Spezialkarten	12
2.2. Differenzierung nach den eingesetzten Kartenarten	14
2.2.1. Kreditkarten	15
2.2.2. Chargekarten	16
2.2.3. Debitkarten	16
2.2.4. Wertkarten	18
2.3. Einteilung nach Funktionen	19
2.3.1. Zahlungsfunktion	19
2.3.2. Zahlungsservicefunktionen	20
2.3.2.1. Kreditfunktion	20
2.3.2.2. Scheckgarantiefunktion	22
2.3.2.3. Bargeldservicefunktion	22
2.3.3. Zusatzfunktionen	24
2.3.3.1. Versicherungsfunktion	24
2.3.3.2. Serviceleistungsfunktion	25
2.3.3.3. Bonifikationsfunktion	25
2.3.3.4. Prestigefunktion	25
2.4. Abgrenzung aufgrund technischer Merkmale	26
2.4.1. Hochgeprägte Karten	26
2.4.2. Magnetstreifenkarten	27
2.4.3. Chipkarten	28
2.4.4. Super Smart Cards	33
2.4.5. Hybridkarten	34
2.4.6. Optische Speicherkarten	35

3. Verfahrenstechnische Unterschiede kartengebundener Zahlungssysteme	36
3.1. Abwicklungsverfahren	36
3.1.1. Beleggebundene Abwicklungsverfahren	37
3.1.1.1. Kartenzahlung mit Scheckformular	37
3.1.1.2. Kartenzahlung mit Transaktionsbeleg	37
3.1.2. Beleglose Abwicklungsverfahren	39
3.1.2.1. Online Abwicklung	39
3.1.2.2. Offline Abwicklung	40
3.1.2.3. Semi-online Abwicklung	41
3.2. POS-Anwendungen	42
3.2.1. Internationale Kartenzahlungssysteme	44
3.2.2. Electronic Cash	45
3.2.3. ec-Lastschriftverfahren	47
3.2.4. Handelskartenzahlungssysteme	49
4. Zusammenfassung	50

Teil III

Analyse der Teilnehmer des Kartenmarkts

1. Kartenemittenten	51
1.1. Kartenunternehmungen	52
1.1.1. Diners Club	52
1.1.2. American Express	53
1.1.3. JCB	54
1.2. Mitglieder von Interbankenvereinigungen	56
1.2.1. VISA	57
1.2.2. Kooperationsverbund von MasterCard, Eurocard und eurocheque	59
1.2.2.1. MasterCard	59
1.2.2.2. Eurocard	60
1.2.2.3. eurocheque	65
1.2.2.4. Europay	69
1.3. Kreditinstitute	70
1.4. Handels- und Dienstleistungsunternehmungen	72
1.4.1. Kartenprojekte von Einzelunternehmungen	74
1.4.2. Kartenprojekte von Konsortien	76
2. Kartenakzeptanten	78
2.1. Charakteristika	79
2.1.1. Standort	79
2.1.2. Branche	80
2.1.3. Umsatzrendite	83
2.2. Bereitschaft zur Akzeptanz von Karten	84

3.	Karteninhaber	87
3.1.	Sozio-demographische Merkmale	89
3.1.1.	Geschlecht	90
3.1.2.	Alter	91
3.1.3.	Einkommen	92
3.1.4.	Berufstätigkeit	93
3.2.	Ausmaß des Karteneinsatzes	94
3.3.	Gründe zur Anschaffung und Nutzung von Karten	97
3.4.	Vorteile der Kartennutzung	99
3.4.1.	Sicherheit	99
3.4.2.	Bequemlichkeit	100
3.4.3.	Liquidität	101
3.4.4.	Kreditierung	101
3.4.5.	Zinsvorteil	102
3.4.6.	Prestige	102
3.5.	Nachteile der Kartennutzung	102
3.6.	Einstellung zu kartengebundenen Zahlungssystemen	103
4.	Zusammenfassung	105

Teil IV

Analyse der Strategie-, Kosten- und Risikoaspekte	108
1. Marktpolitische Strategien der Kartenumission	108
1.1. Marktpolitische Situation	108
1.2. Strategisches Potential	111
1.2.1. Festigung und Ausweitung des Geschäftsvolumens	111
1.2.1.1. Gewinnung von Neukunden	112
1.2.1.2. Festigung und Ausbau bestehender Kundenbeziehungen	114
1.2.2. Rationalisierung und Automatisierung	116
1.3. Strategische Konzeptionen	118
1.3.1. Produktdifferenzierung	121
1.3.1.1. Konditionen	123
1.3.1.2. Versicherungen	124
1.3.1.3. Serviceleistungen	128
1.3.1.4. Bonifikationen	132
1.3.1.5. Image und Prestige	133
1.3.2. Marktsegmentierung	134
1.3.2.1. Varianten bei Standardkarten	136
1.3.2.2. Gold-, Premium- und Platinkarten	140
1.3.2.3. Firmenkarten	142
1.3.2.4. Affinity-Karten	143
1.3.2.5. Cobranding-Karten	144
1.3.2.6. Life-Style-Karten	145

1.4.	Marktpolitische Maßnahmen	146
1.4.1.	Produkt- und Leistungspolitik	147
1.4.2.	Distributionspolitik	149
1.4.3.	Kommunikationspolitik	150
1.4.3.1.	Werbung	151
1.4.3.2.	Public Relations	156
1.4.3.3.	Sponsoring	156
1.4.3.4.	Promotionsmaßnahmen	157
1.4.4.	Preispolitik	159
1.5.	Besonderheiten bei Kooperationsprojekten	161
1.5.1.	Voraussetzungen der Emission	162
1.5.2.	Analyse der Kartenkonzeption	163
1.5.2.1.	Strategische Aspekte	163
1.5.2.2.	Marktpolitische Aspekte	169
1.5.3.	US-amerikanische Erfahrungen mit Kooperationsprojekten	172
1.5.4.	Beurteilung der Kooperationsprojekte aus der Sicht der Marktteilnehmer	175
1.5.4.1.	Kreditinstitute und Kartenunternehmungen	176
1.5.4.2.	Handels- und Dienstleistungsunternehmungen	177
1.5.4.3.	Nichtkommerzielle Vereinigungen	178
1.5.4.4.	Karteninhaber	179
1.6.	Interessenkonflikt der Handels- und Dienstleistungsunternehmungen	179
1.6.1.	Einsatz und Auswirkungen von Kartensystemen	180
1.6.2.	Karten als absatzpolitisches Instrument	182
1.6.2.1.	Sicherung des Absatzes	182
1.6.2.2.	Ausweitung des Umsatzes	186
1.6.3.	Rationalisierungspotential	188
1.7.	Zusammenfassung	191
2.	Beurteilung unterschiedlicher Zahlungssysteme unter dem Kostenaspekt	194
2.1.	Barzahlung	197
2.2.	eurocheque	199
2.3.	Internationale Karten	200
2.3.1.	Kosten der Kartenakzeptanten	201
2.3.1.1.	Disagio und Interchange-Gebühr	201
2.3.1.2.	Zinskosten	205
2.3.1.3.	Autorisierungs- und Übertragungskosten	205
2.3.2.	Kosten der Karteninhaber	207
2.3.2.1.	Kartengebühren	207
2.3.2.2.	Zinsen	210
2.3.2.3.	Kontoführungsgebühren	211

2.3.3.	Kosten und Ertragspotential der Kartenemittenten	211
2.3.3.1.	Ertragspotential	211
2.3.3.2.	Kostenfaktoren	214
2.4.	Handelskarten	218
2.5.	Electronic Cash	220
2.5.1.	Kosten der Electronic Cash Vertrags- unternehmungen	221
2.5.1.1.	Kosten für die technische Ausstattung	222
2.5.1.2.	Kosten der Datenübertragung	222
2.5.1.3.	Gebühren der Kreditwirtschaft	223
2.5.1.4.	Gebühren der Netzbetreiber	224
2.5.1.5.	Auswirkungen der Kosten	224
2.5.2.	Kosten der ec-Karteneinhaber	227
2.5.3.	Kosten und Ertragspotential der Kreditwirtschaft	228
2.6.	ec-Lastschriftverfahren	230
2.7.	Wertkarten	232
2.8.	Diskussion der Kostenverursachung und Kostenüber- wälzung	233
2.9.	Zusammenfassung	236
3.	Risiken kartengebundener Zahlungssysteme	240
3.1.	Mögliche Gefahren durch die Nutzung von Karten	240
3.1.1.	Gefährdung der überlegten Kaufentscheidung	241
3.1.1.1.	Kaufentscheidung	241
3.1.1.2.	Abnehmende Kaufhemmung und geringeres Preisbewußtsein	243
3.1.1.3.	Förderung der Kaufsucht	245
3.1.2.	Gefährdung der bewußten Kreditaufnahme	247
3.1.2.1.	Kredit und Kreditbedarf	247
3.1.2.2.	Ausweitung des Kreditrahmens und vereinfachte Kreditaufnahme	251
3.1.2.3.	Verschuldung	252
3.1.2.4.	Zahlungsausfälle durch Überschuldung der Verbraucher	256
3.1.2.5.	Gegenmaßnahmen zur Verschuldungs- problematik	258
3.2.	Gefahren des kriminellen Mißbrauchs und Bekämpfungsmöglichkeiten	267
3.2.1.	Möglichkeiten des kriminellen Mißbrauchs	270
3.2.1.1.	Kriminelle Beschaffung und mißbräuch- liche Verwendung der Karten durch Dritte	271
3.2.1.2.	Mißbrauchspotential der Karten- akzeptanten	273
3.2.1.3.	Mißbrauchspotential der Mitarbeiter von Kartenorganisationen	276
3.2.1.4.	Mißbrauchspotential der Karteneinhaber	276

3.2.2. Mißbrauchsvorbeugende Maßnahmen	277
3.2.2.1. Maßnahmen bei den Beteiligten	277
3.2.2.2. Fälschungssicherheit der Karte	280
3.2.2.3. Identifizierung des rechtmäßigen Karteninhabers	283
3.2.2.4. Sicherheitsvorkehrungen beim Abwicklungssystem	288
3.2.2.5. Internationale Bekämpfung der Kriminalität	295
3.3. Übernahme der Haftung	296
3.3.1. Haftung der Kartenemittenten	296
3.3.2. Haftung der Karteninhaber	297
3.3.2.1. Haftung für Mißbrauch bei Verlust der Karte	297
3.3.2.2. Haftung für Mißbrauch ohne Verlust der Karte	300
3.3.2.3. Haftung bei technischen Defekten	301
3.3.2.4. Haftung bei Wertkarten	303
3.3.3. Haftung der Kartenakzeptanten	303
3.4. Verwendung personenbezogener Daten	304
3.5. Zusammenfassung	308

Teil V

Nebenbedingungen des deutschen Kartenmarkts	311
1. Auswirkungen des Verbraucherkreditgesetzes auf Kreditkartenverträge	311
1.1. Anwendungsbereich des Gesetzes	311
1.2. Formerfordernisse bei Kreditverträgen	312
1.2.1. Schriftform	313
1.2.2. Vertragsinhalt	313
1.2.3. Rechtsfolgen bei Formmängeln	314
1.2.4. Widerrufsbelehrung	315
1.3. Formerfordernisse bei Überziehungskrediten	315
1.4. Auswirkungen verbundener Geschäfte	316
1.5. Folgen des Zahlungsverzugs	316
1.5.1. Verzugszinsregelung	317
1.5.2. Tilgungsverrechnung	318
1.5.3. Vorzeitige Kündigung des Vertrags	318
1.6. Zusammenfassung	319
2. Wettbewerbsrechtliche Beurteilung der Zusatzangebote der Zahlungskarten	320
2.1. Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb	320
2.2. Auflagen des Rabattgesetzes	321

2.3. Beschränkungen der Zugabeverordnung	323
2.3.1. Merkmal der Unterscheidbarkeit	323
2.3.2. Merkmal der Abhängigkeit vom entgeltlichen Bezug der Hauptleistung	324
2.3.3. Merkmal des Anscheins der Unentgeltlichkeit	324
2.3.4. Handelsüblichkeit der Nebenleistung als Ausnahmetatbestand	325
2.3.5. Geringwertigkeit der Zusatzleistung als Ausnahmetatbestand	326
2.4. Grundsätze des Bundesaufsichtsamts für das Versicherungswesen	326
2.4.1. Obligatorische Kopplung	327
2.4.2. Gruppenversicherungsverträge	329
2.4.3. Informationspflicht	330
2.4.4. Widerrufsrecht	331
2.5. Zusammenfassung	331

Teil VI	
Zusammenfassende Schlußbetrachtungen	333

Anhang	343
---------------	-----

Literaturverzeichnis	352
-----------------------------	-----

Abkürzungsverzeichnis	385
------------------------------	-----

Index	389
--------------	-----